

C2022

A decorative graphic featuring the text 'C2022' in a large, bold, white sans-serif font. To the left of the text are three small white stars of varying sizes. To the right are three short white diagonal lines and a larger white starburst. A long, thin, white curved line arches underneath the text.

Dal 3 al 6 ottobre,
solo su Learnn.

Learnn



Mattia Salvi

Co-founder & CEO @ Aryel

Learnn



Realtà Aumentata per CRO



Come progettare brand experiences memorabili e performanti, che portino risultati di business misurabili e tangibili.



Learnn

Cosa vedremo:

1. Realtà Aumentata 101
2. Introduzione all'AR Marketing
3. AR per eCommerce
4. AR per O2O
5. AR per CRM

Cos'è la Realtà Aumentata?

È un nuovo modo di fruire l'informazione, con l'obiettivo di fondere il fisico con il digitale, tramite l'aggiunta di contenuti interattivi nella realtà circostante attraverso un dispositivo mobile.



Learnn

The Metaverse May be the Future, but Mixed Reality is Here Now

Whether it's through various

STEVEN LEVY
BUSINESS NOV 8, 2021 1:00 PM

'AR Is Where the Real Metaverse Is Going to Happen'

Facebook might aim to build an all-immersive digital matrix, but Niantic CEO John Hanke tells us that what he plans to do is take reality—and make it better.

THE FUTURE — JANUARY 11, 2022

There are two kinds of Metaverse. Only one will inherit the Earth

The Virtual Metaverse will be for gaming and other short duration uses, while the Augmented Metaverse will revolutionize society.

AR AND VR TECHNOLOGIES ARE REVOLUTIONIZING METAVERSE. HERE'S HOW

AUGMENTED/VIRTUAL REALITY LATEST NEWS

by manasa.g / January 12, 2022

Salva

the Metaverse? A New Reality Era

Metaverse and Where is It Heading?

Epic Games

Facebook

Community

Why AR, not VR, will be the heart of the metaverse

Augmented reality will be the gateway to

society, replacing phones and desktops as the central platform of our lives.



Amorn Apichattanakul
Feb 3 · 9 min read · Listen

Metaverse via Flutter with Augmented

"Metaverse" Is the new cool kid in the tech industry after Facebook gave the name to "Meta". They want to show the world that they're going to take the latest social platforms beyond mobile screens, allowing users to immerse themselves into another world that can connect back to our physical world.

To explain "Metaverse" in short, you're currently watching YouTube, even browsing your friend's wedding photo on a monitor or mobile screen. He's doing

The Metaverse May be the Future, but Mixed Reality is Happening

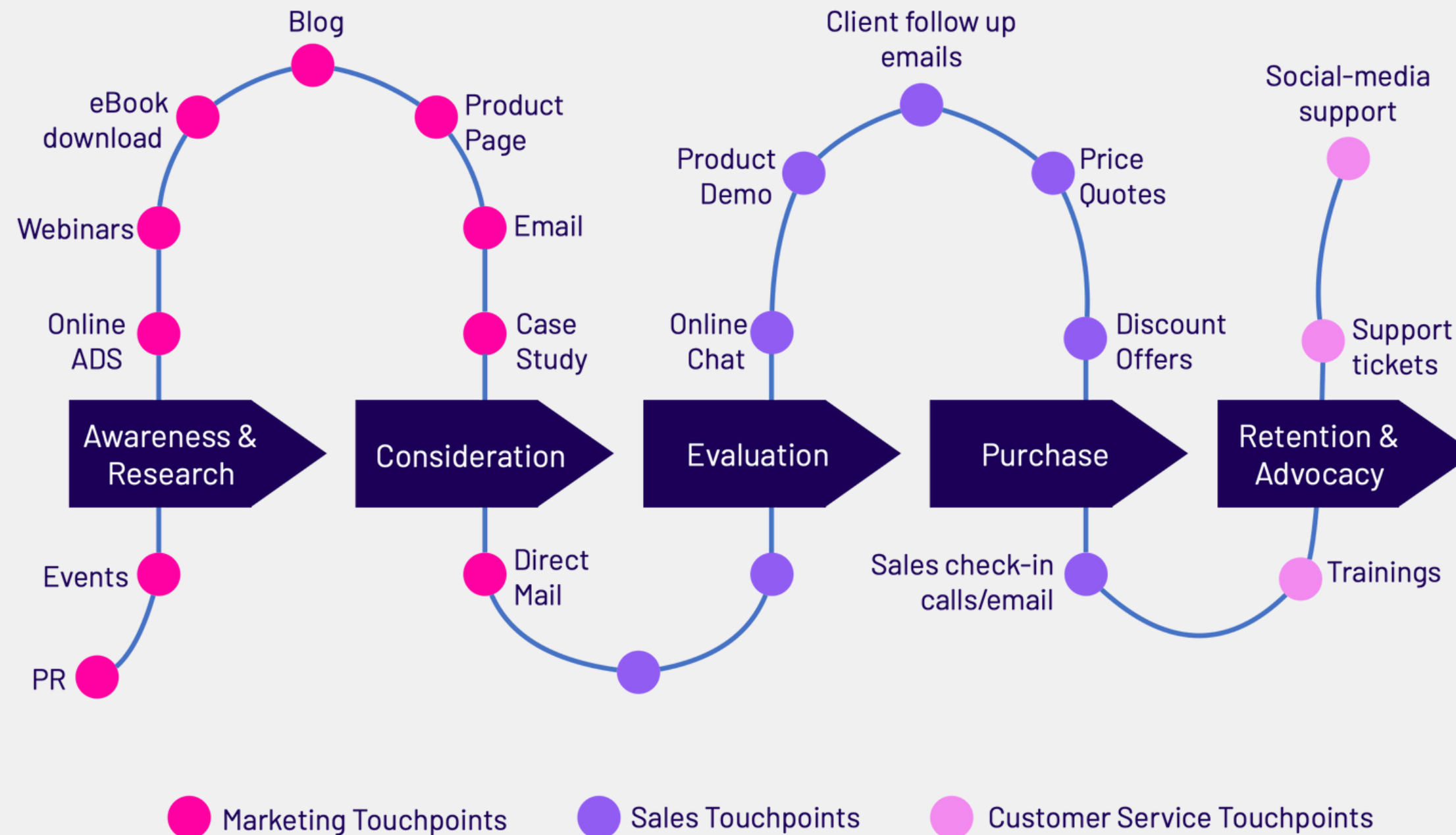
Social, WebAR or Native App?

	  			Web AR	Native App
	Requires social media apps			Only requires browser	Requires designated app
Organic Discovery	✓	✓	✓	✗	✗
Paid Promotion	✓	✓	✓	✓	✗
Quick to build	✓	✓	✓	✓	✗
Low barrier of entry	✓	✓	✓	✓	✓
Photo capture	✓	✓	✓	✓	✓
Video capture	✓	✓	✓	✓	✓
#impressions, captures & shares	✓	✓	✓	✓	✓
Other analytics	✗	✗	✗	✓	✓
No content restriction (alcohol, tobacco, pharmaceuticals, etc.)	✗	✗	✗	✓	✓



Learnn

AR? Always-On!



Always-On AR

Un nuovo approccio chiamato Always-On AR (AOAR) che considera l'AR come una tecnologia di continuità nel marketing digitale da utilizzare durante l'intero customer journey.

USE CASES

- e-Commerce
- O2O (Off-to Online)
- CRM



INDUSTRIES

- Art, Heritage & Design
- Beauty & Skincare
- Learning & Education
- Fashion & Accessories
- Food & Beverage
- Real Estate
- Furniture, Interiors & Retail
- Travel & Tourism



e-Commerce

Learnn

AR x e-Commerce =

UTENTE

- Migliore esperienza d'acquisto
 - Possibilità di configurare la propria scelta
 - Riduzione del carico cognitivo
-

BUSINESS

- Diminuzione dei resi
- Incremento delle vendite
- Accesso a varianti non disponibili in-store



- **Product Visualization**
- Virtual Try-On



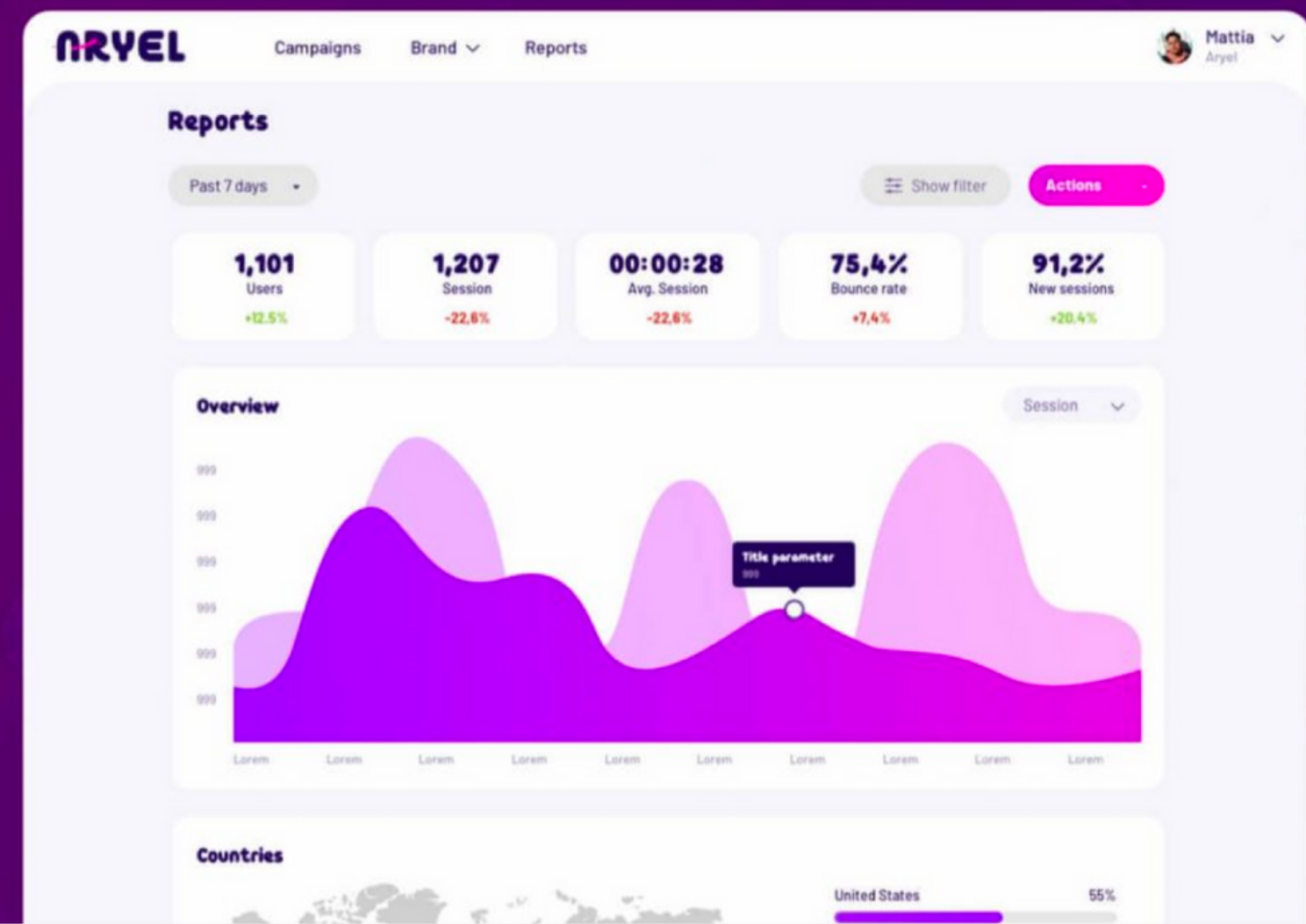
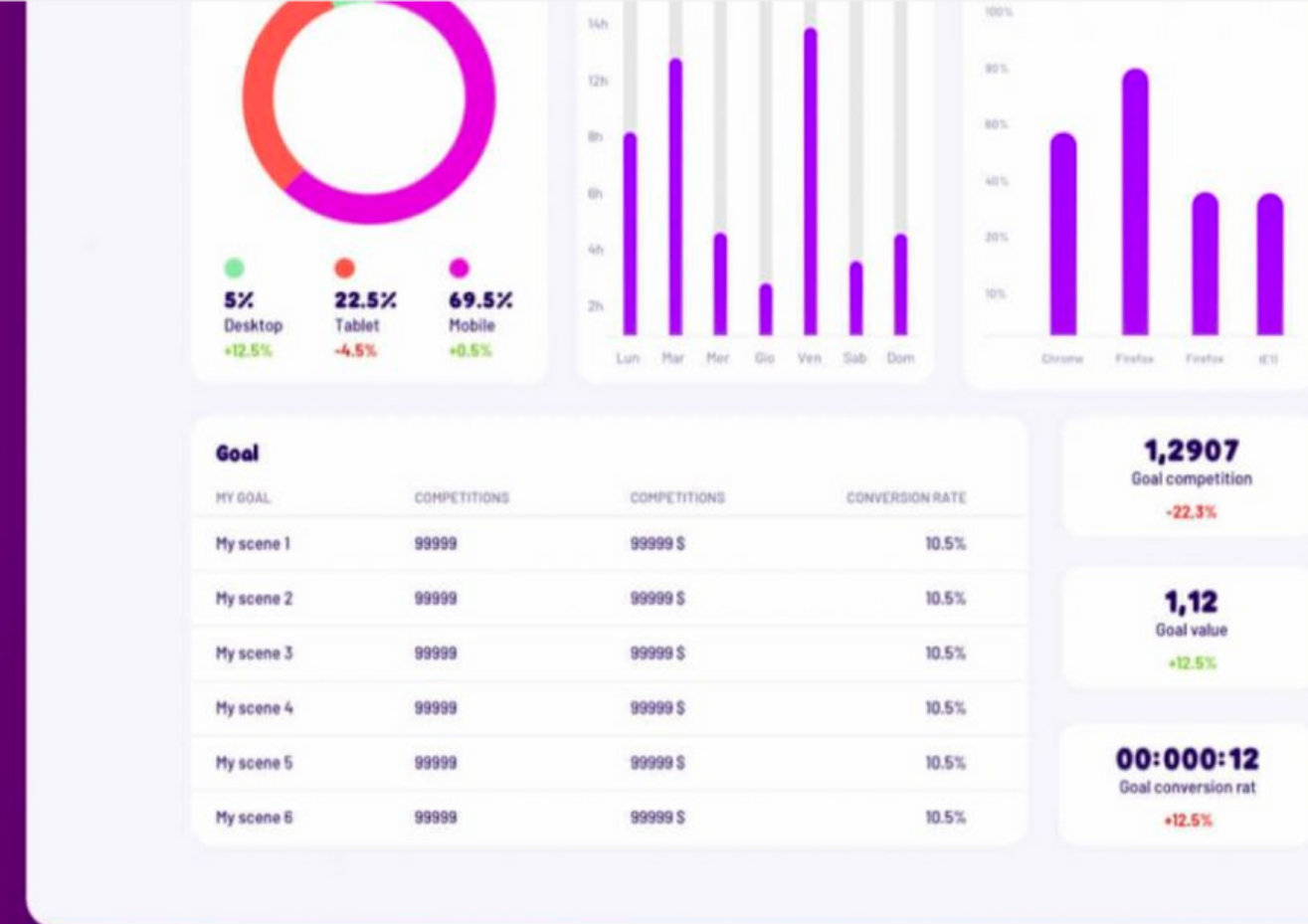
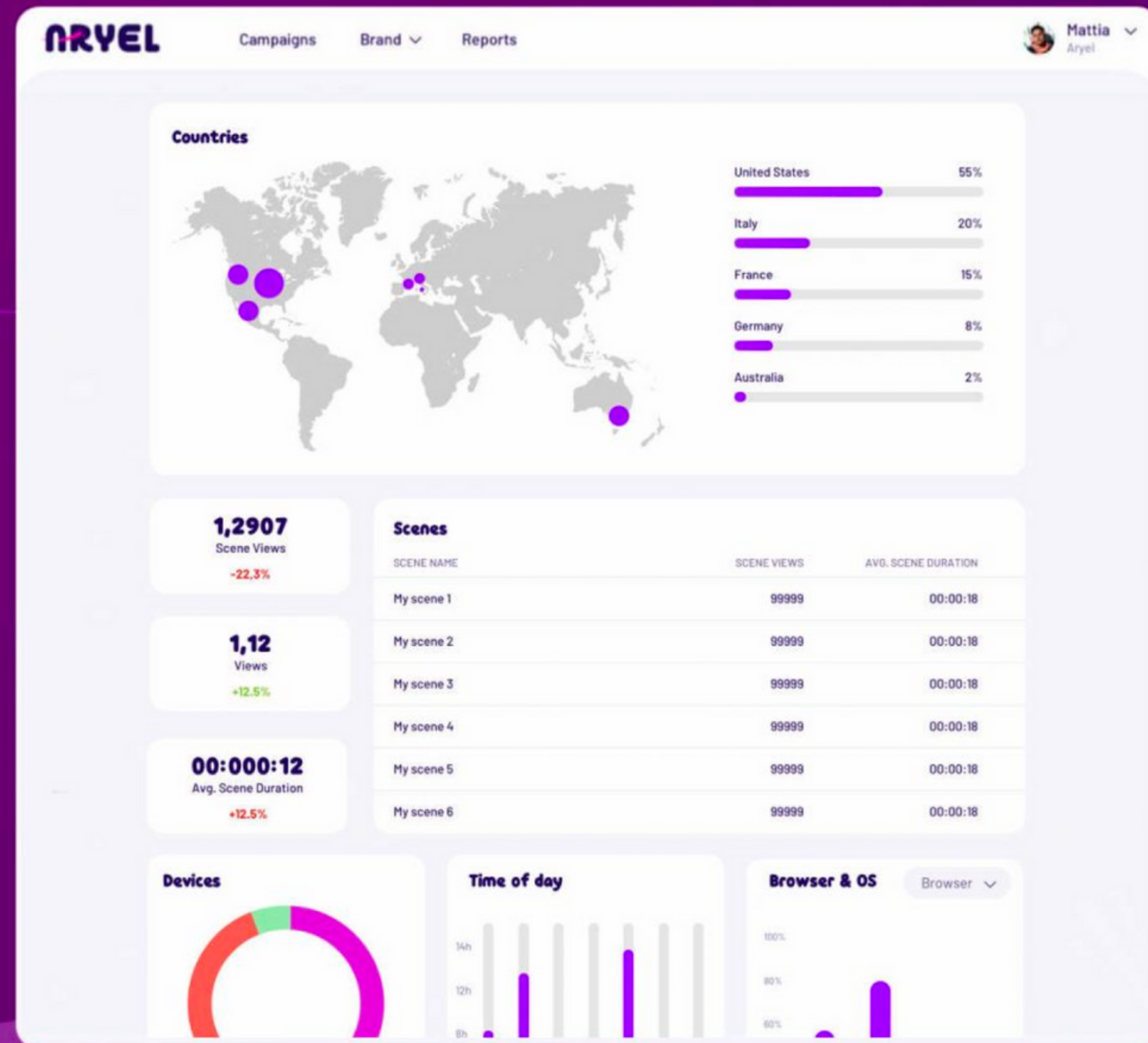
- **Product Visualization**
- **Virtual Try-On**





Esperienza d'acquisto potenziata con la realtà aumentata

- il **63%** dei clienti considera la realtà aumentata un potenziamento dell'esperienza d'acquisto;
- il **35%** dei clienti comprerebbe di più se ci fosse la possibilità di provare virtualmente il prodotto;
- il **22%** dei clienti visiterebbe meno i negozi tradizionali se il negozio on-line fosse predisposto per la realtà aumentata.



e-Commerce Touchpoints

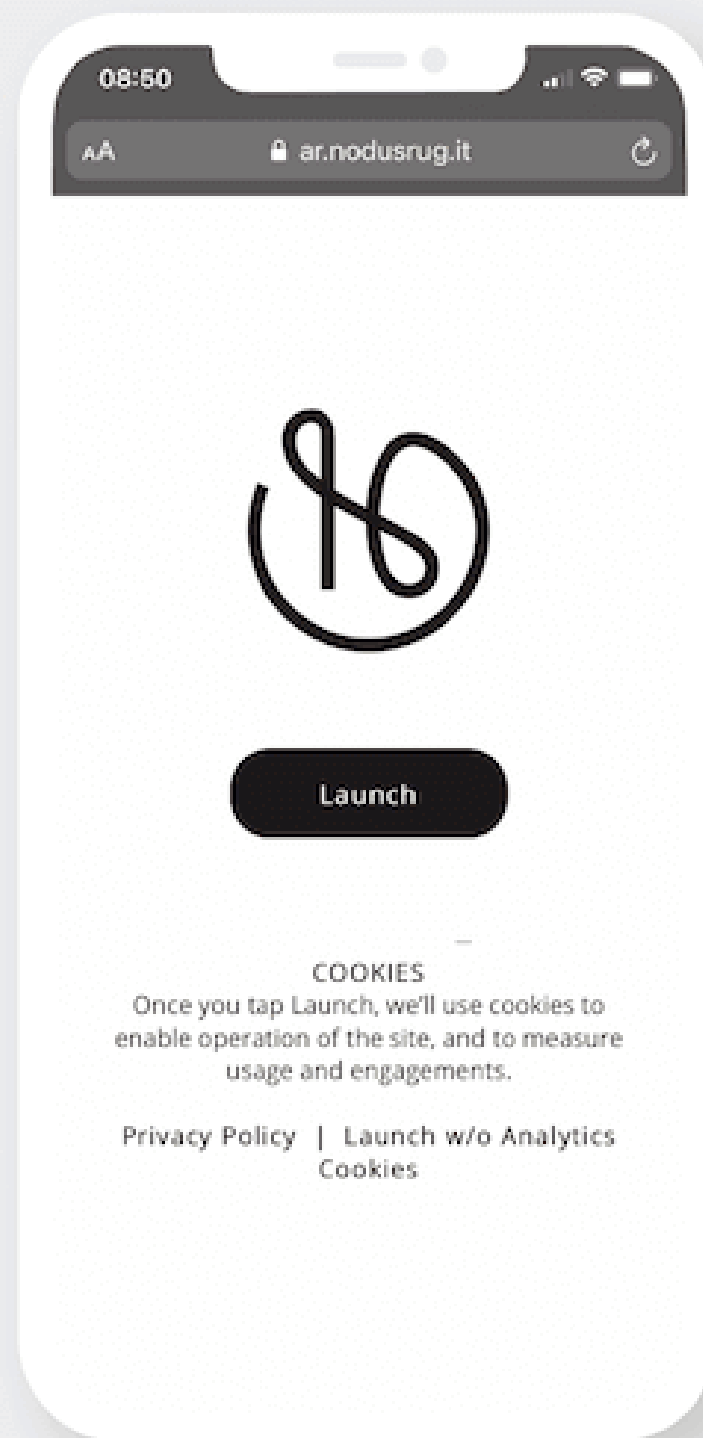
- **Product Page: 3D + AR**
- **Google Ads Banner**
- **Social Media**
- **Newsletter & DEM**
- **In-Store AR**

Nodus Rug

Nell'ottica di un forte processo di internazionalizzazione, spinto attraverso il loro e-commerce, Nodus Rug, ha introdotto la WebAR sulle pagine prodotto al fine di diminuire il numero dei resi.

- **-21%** il tasso di diminuzione dei resi complessivi





Fantic

Per il lancio della nuova linea gamma Enduro 2023, Fantic ha messo a disposizione la possibilità di vedere i modelli in scala reale negli store fisici.

Learnn



AllHome

AllHome, il più grande e-commerce di interior design delle Filippine, ha adottato la tecnologia di Aryel in WebAR per consentire ai potenziali acquirenti di provare virtualmente a casa i propri mobili.

- **+27%** di aumento del tasso di conversione sulle pagine dei prodotti.

Learnn



020

A decorative graphic featuring the number '020' in a large, bold, white sans-serif font. Below the number is a long, thin, white horizontal line that is slightly curved at the right end. To the left of the number are two small white stars and a small white circle. To the right of the number are two short white diagonal lines and a small white asterisk.

Learnn

AR x O2O =

UTENTE

- Migliore esperienza omnicanale
- Maggior riconoscibilità di marca
- Accesso a contenuti esclusivi

BUSINESS

- Brand awareness e differenziazione
- Raccolta di dati e metriche dall'offline
- Aumento del ritorno dell'informazione



O2O Touchpoints

- Packaging
- Brochures & Flyers
- Business Cards
- Instructions & Guides
- Physical Objects
- Business Cards

Mielizia

In occasione del restyling dei packaging, Mielizia ha lanciato una campagna innovativa, in cui la WebAR diventa un nuovo medium su cui erogare contenuti esclusivi per chi acquista il prodotto.

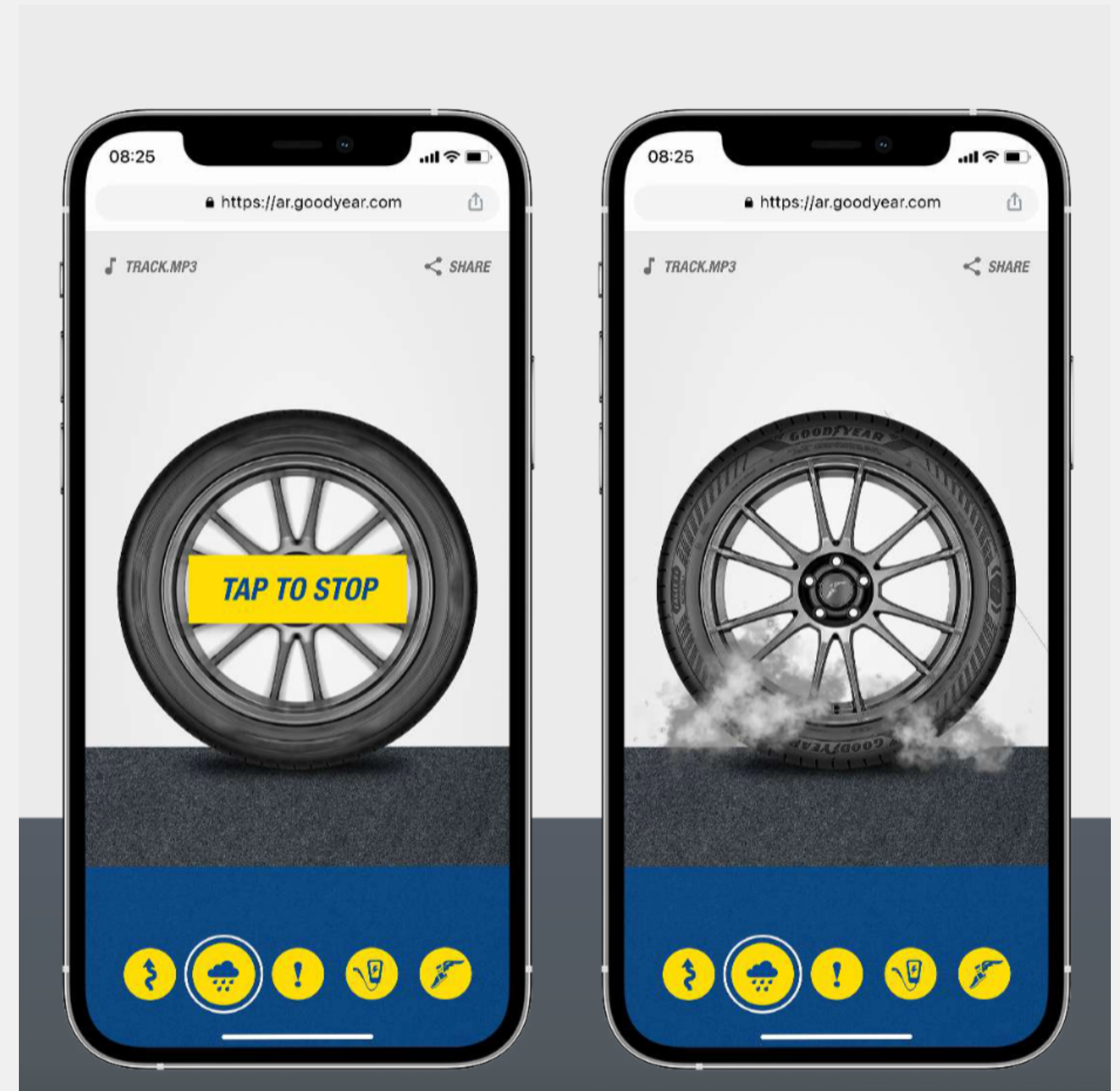
- **2,5m** il tempo medio trascorso dagli utenti sull'esperienza.
- **17** volte la media delle volte per cui un utente ha guardato l'esperienza.



Goodyear

Per il lancio del nuovo modello di pneumatico Asymmetric 6, Goodyear ha usato Aryel per supportare i rivenditori ufficiali e l'ufficio stampa, coinvolgendo i consumatori con contenuti esclusivi in WebAR e raccogliendo nuovi lead.

- Aumento del **600%** del traffico organico sul sito web.



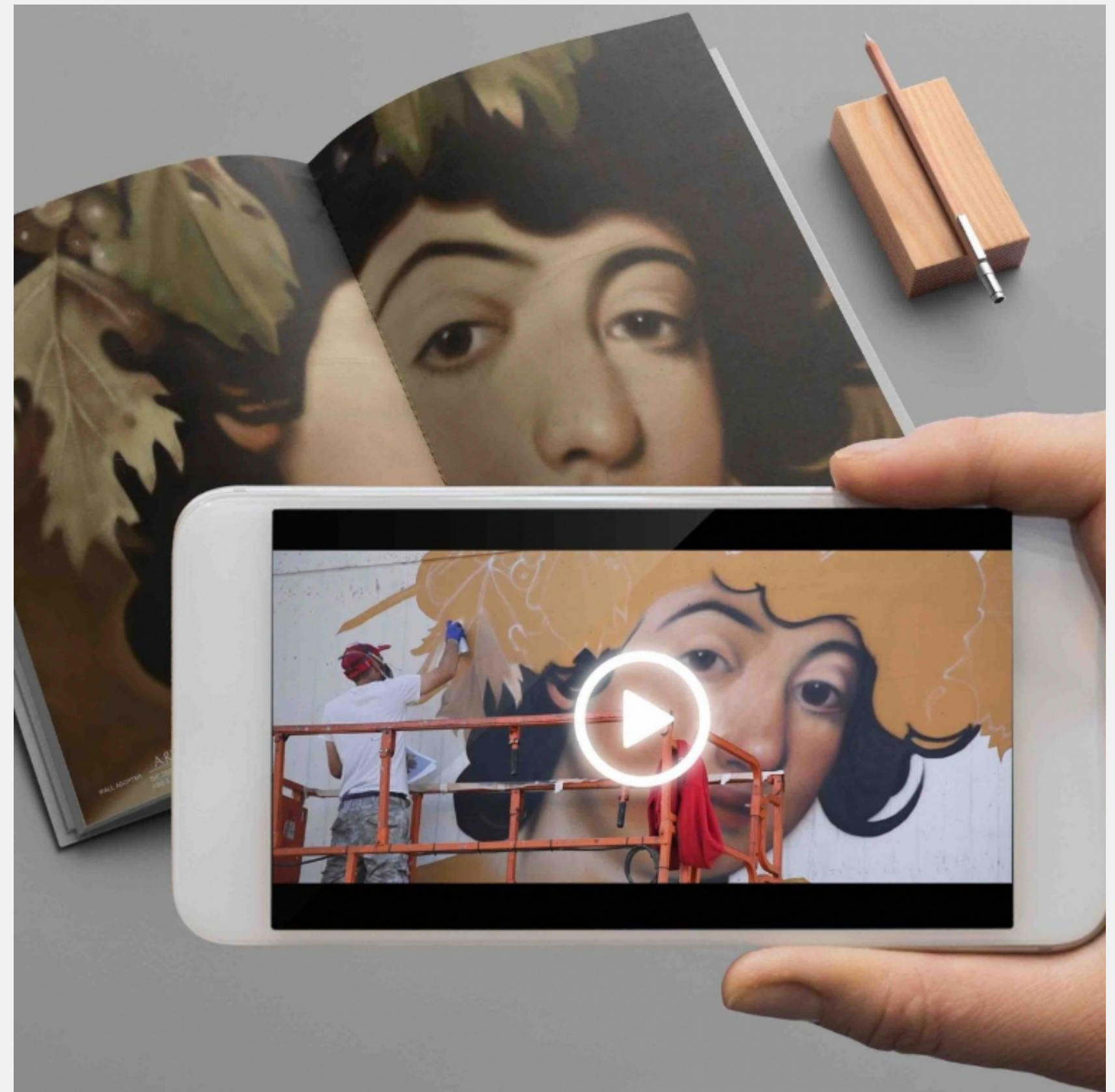
Learnn

Artrust

Artrust in occasione della Triennale di Maroggia, per differenziare l'esperienza utente, ha offerto l'opportunità di “animare” le opere in WebAR, scansionando il catalogo o le opere stesse durante l’evento.

- **10.000+** visualizzazioni delle esperienze WebAR sul catalogo.

Learnn





CRM

The word 'CRM' is rendered in a bold, white, sans-serif font. It is underlined with a thick white line. To the left of the text are two small white stars and a small circle. To the right are two short white diagonal lines and a small asterisk-like symbol.

Learnn

AR x CRM =

UTENTE

- Esperienza di marca user-centered
 - Migliore esperienza in fase esplorativa
-

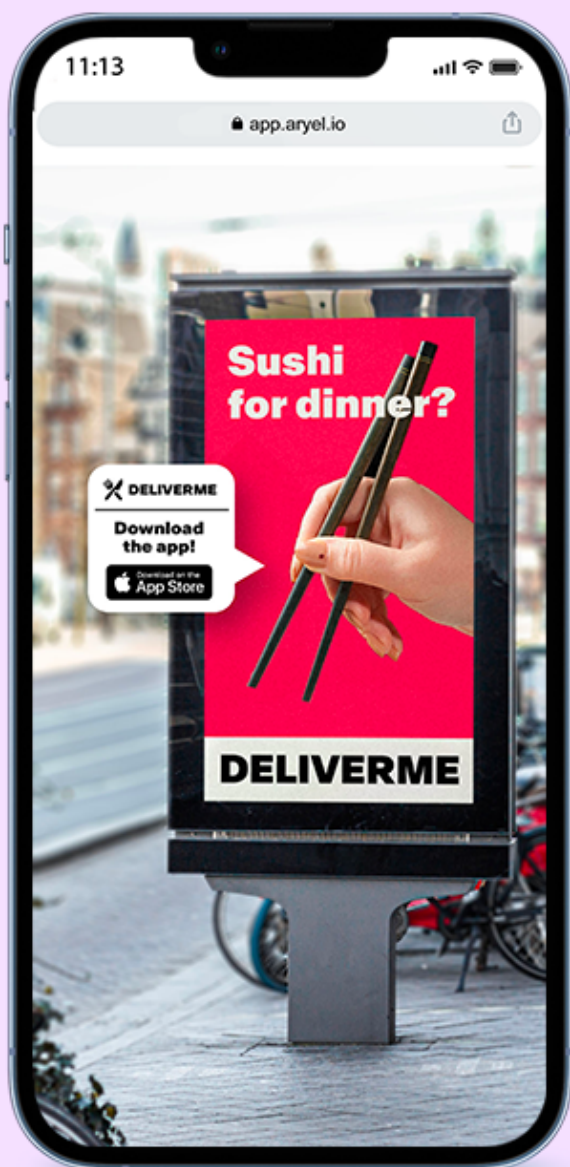
BUSINESS

- Ottimizzazione della lead generation
- Incremento del lifetime value & cross-selling
- Brand awareness e differenziazione
- Raccolta di dati e metriche avanzate





- **Collecting & Conversion**
- **Nurturing & Retention**



OOH
ADVERTISING



QUIZZES AND
POLLS



INSTANT PRIZES
AND CONTESTS



OFF TO
ONLINE



STORE
ANIMATION



EVENTS

Dog Heroes

Dog Heroes ha usato la WebAR di Aryel per raccontare l'importanza di una dieta equilibrata per i cani in modo coinvolgente e interattivo, grazie a un'esperienza di gamification basata sul Face-Tracking, per il lancio di un nuovo prodotto.



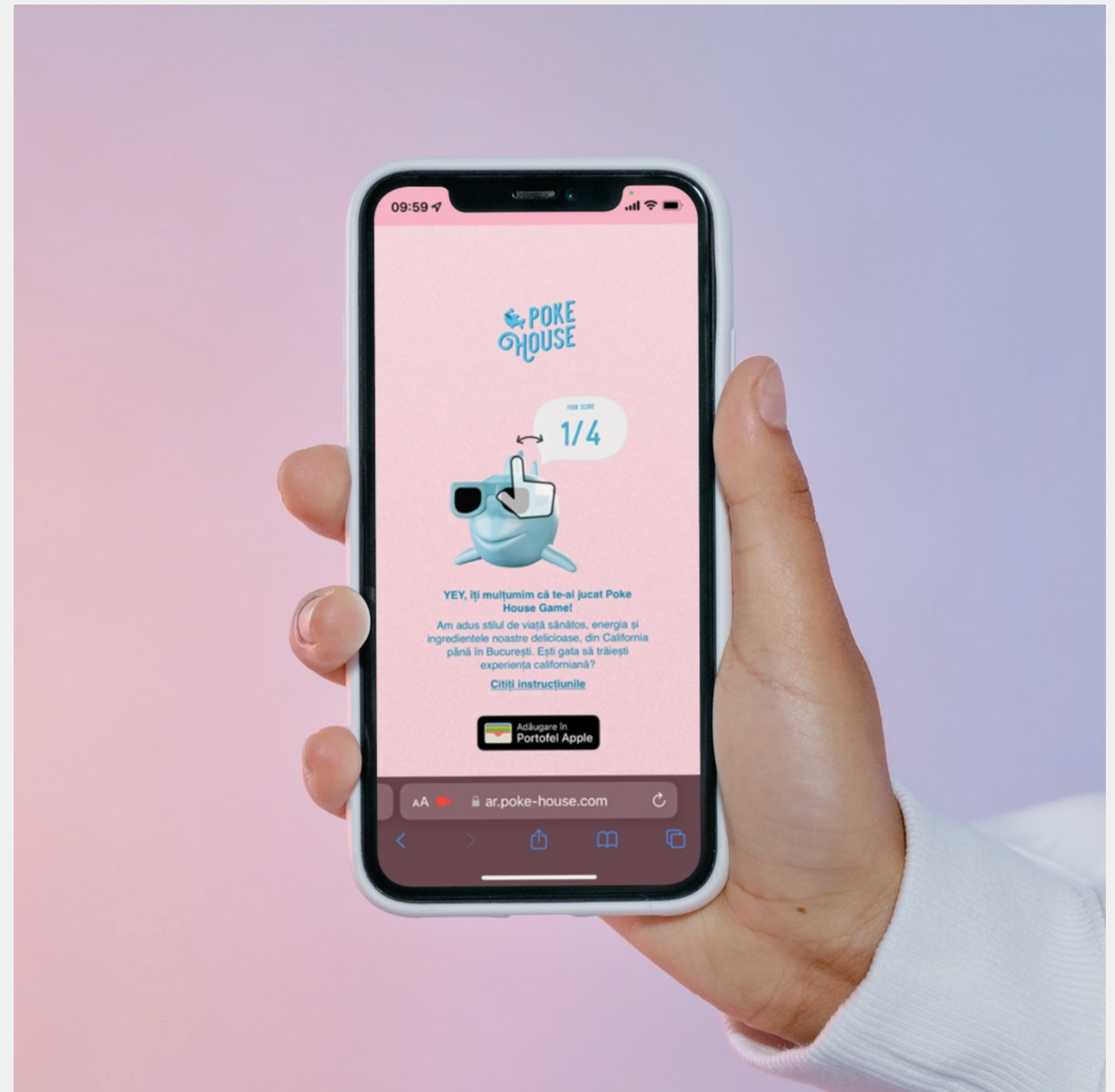
Learnn

Poke House

Poke House in occasione del lancio di un nuovo punto vendita in Romania, ha creato un'esperienza in WebAR volta a raccogliere le preferenze dei consumatori attraverso un quiz con un give-away.

- **+200,000** sessioni in meno di 48h

Learnn



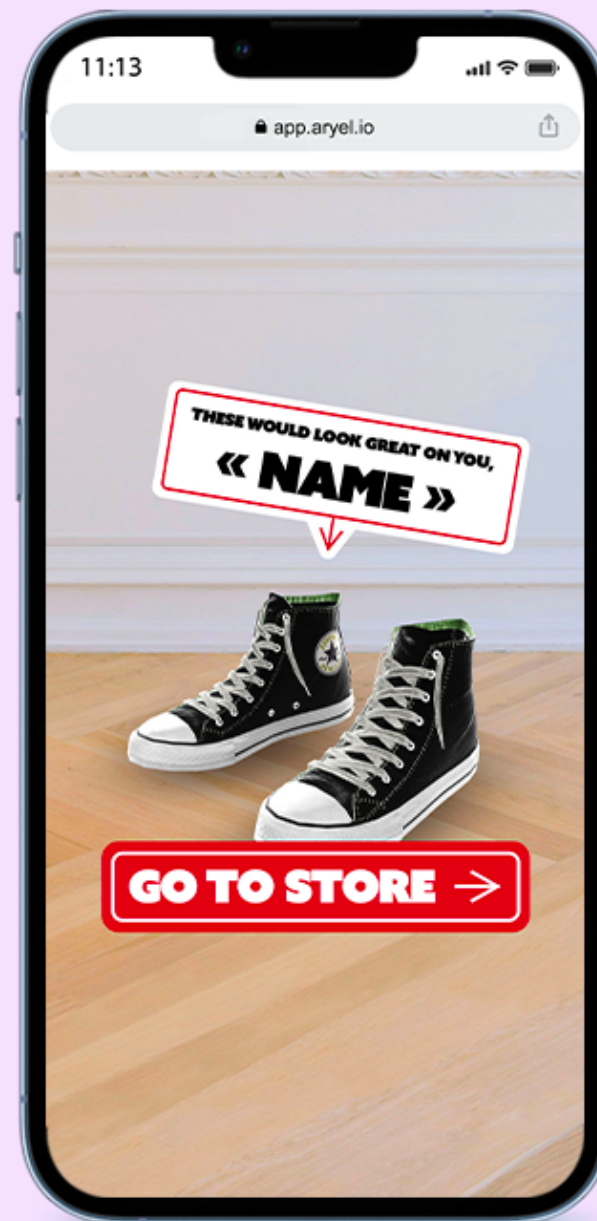
- Collecting & Conversion
- **Nurturing & Retention**



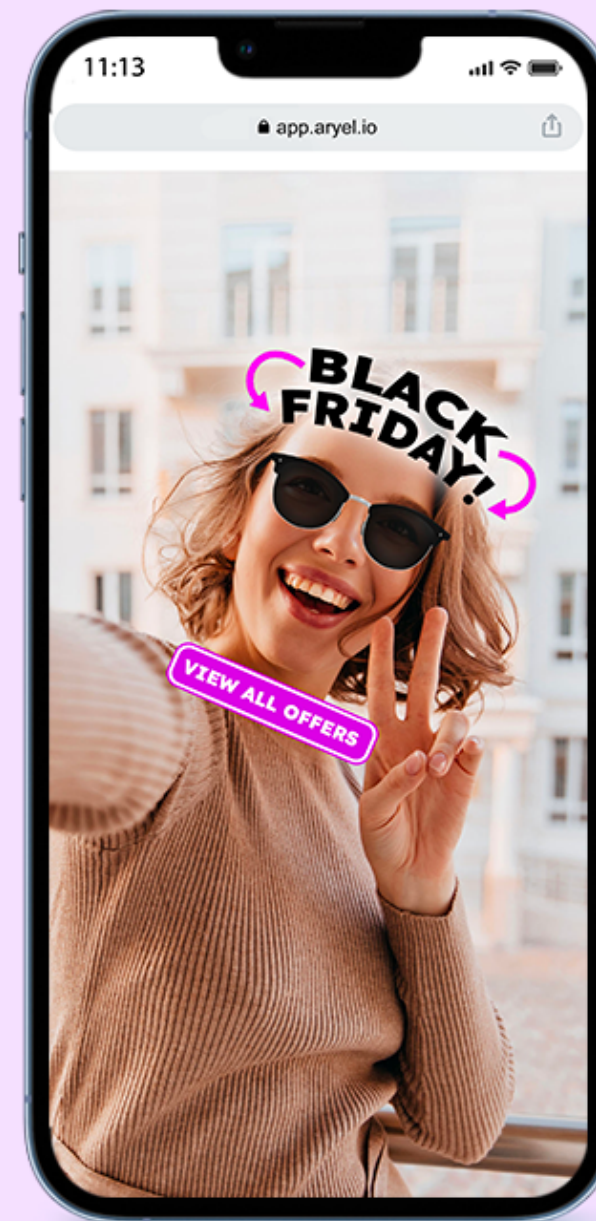
CELEBRATORY
DAYS



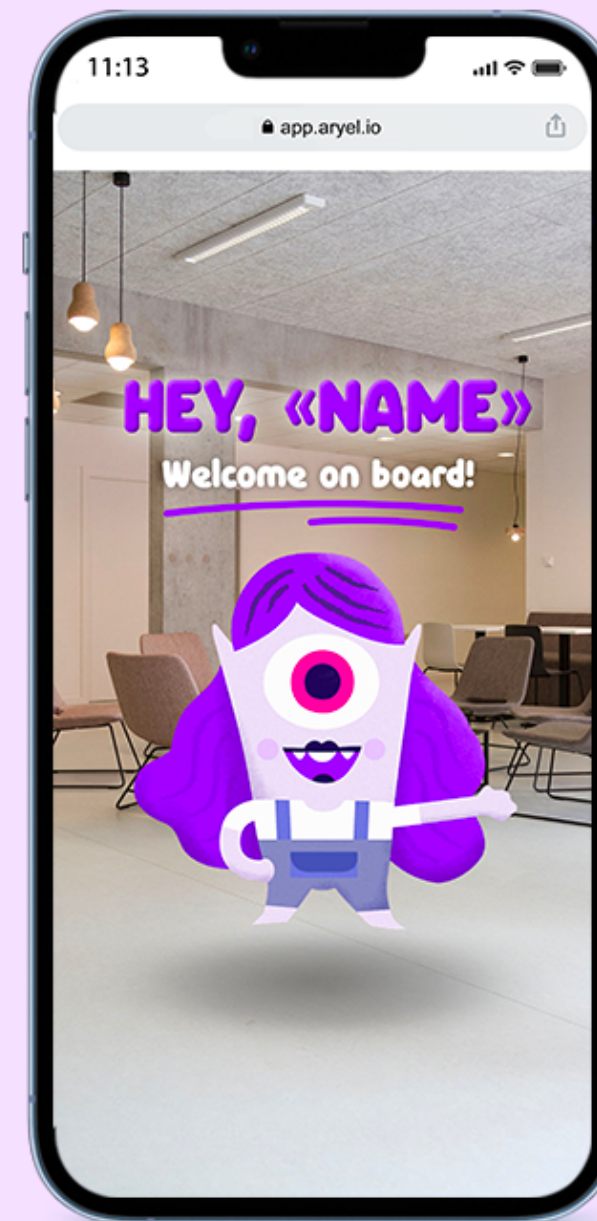
GIFT
PERSONALIZATION



PRODUCT
LAUNCH



SPECIAL
OFFERS



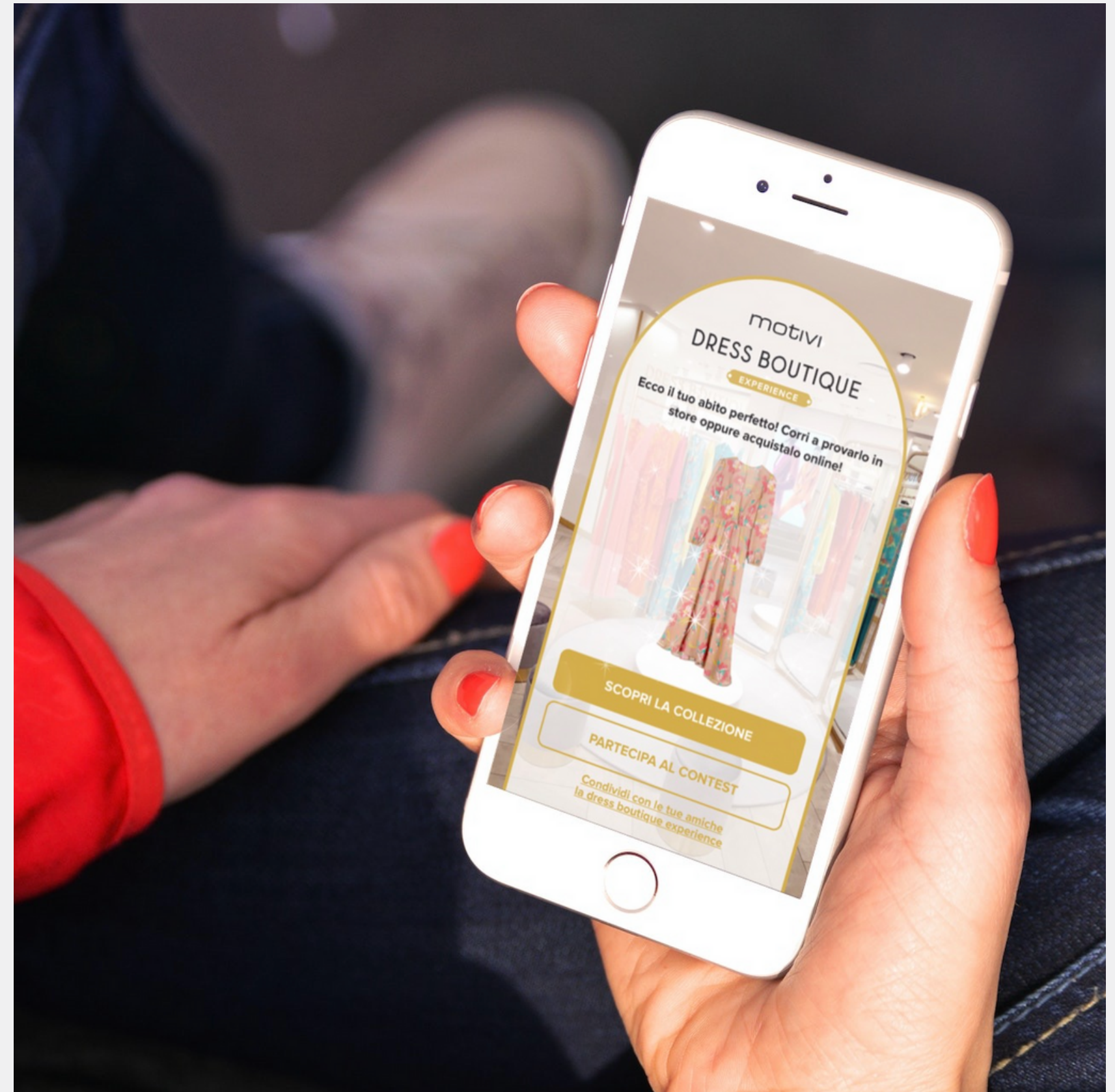
USER
ONBOARDING

Motivi

Motivi, con l'introduzione di esperienze di gamification WebAR, ha creato contenuti interattivi che aiutano i potenziali clienti a trovare l'abito più adatto alle loro preferenze, che ha portato a:

- un aumento del **106%** delle vendite in negozio su quelle linee di abbigliamento specifiche
- Il **27%** degli utenti che hanno partecipato al gioco ha poi ritirato il premio con un incasso medio di **105€**

Learnn



Cosa abbiamo visto:

- 1. Realtà Aumentata 101**
- 2. Introduzione all'AR Marketing**
- 3. AR per eCommerce**
- 4. AR per O2O**
- 5. AR per CRM**

Grazie per l'attenzione



Mattia Salvi

Co-founder & CEO @ Aryel

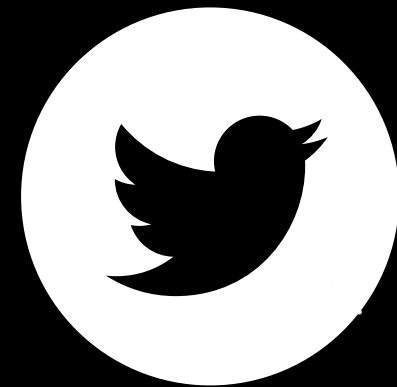
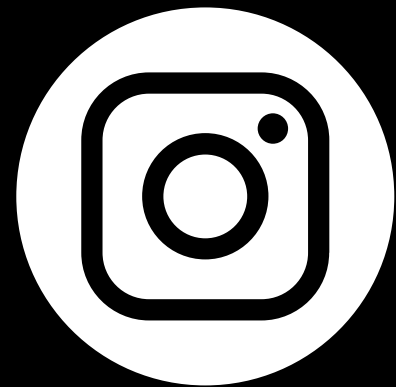
Learnn

Q&A

Learnn

Stay in touch!

Subscribe to our channel not to miss
all the Aryel's updates ⚡



aryel.io

Learnn